

## ‘마켓플레이스 + 로켓그로스’, 우리 사업 밸런스 맞춰요

2023. 5. 6.



김민수-김수경 부부와 강아지 뽀글이

오늘 뉴스룸 팀은 남양주 별내 신도시에 있는 한 사무실에 왔습니다. 천장이 높고, 창문이 넓직넓직합니다. 책상 앞에는 푸들 한 마리가 러그를 깔고 새초롬히 앉아있습니다.

화가의 스튜디오 같은 이 공간은 김민수, 김수경 부부의 일터입니다. 두 분은 ‘수갱스닷컴’과 ‘오늘의밸런스’라는 2개 사업을 운영하고 있으며 이곳을 창고 겸 사무실로 씁니다.

2021년 창업 당시 사업자금은 150만원이었습니다. 그런데 1년 5개월이 지난 지금은 월간 매출 2억원 이상을 올리는 셀러가 됐습니다. 그 중 70% 이상이 쿠팡 마켓플레이스와 로켓그로스에서 나오는 매출입니다. 그동안 직원도 4명 채용했습니다.

이 부부에게 쿠팡이 특별한 이유가 있습니다. 남편 민수님은 코로나19 유행 초기에 아르바이트로 쿠팡 플렉스 배송일을 했습니다. 생활비를 벌기 위해서였습니다.

“저는 사무직이나 서비스직으로 일해본 경험이 없었어요. 그래서 무엇을 할까 하다가 쿠팡 플렉스를 하게 됐죠.” 민수님은 오래된 자가용을 이용해 쿠팡 송파캠프의 상품을 배송했습니다.

그러면서 사업에도 눈을 떴습니다.

“배송을 하다가 어느 날 깨달음이 왔어요. 물류센터에 들어오는 물건의 양이 하루하루 늘어나더군요. ‘나도 물건을 만들어 팔면 잘 할 수 있지 않을까? 저 물건들이 다 내 물건이었으면 좋겠다’라고 생각했죠.” 민수님의 말입니다.



민수 님의 장점은 뒤돌아보지 않는 실행력입니다. 그는 쿠팡 마켓플레이스에 입점하기 위해 아내와 함께 사업자 등록을 했습니다. “세무서에서 접수 받으시는 분이 사업자명이 뭐냐고 물으시더라고요. 생각을 안 해갔는데, 그 자리에서 정했죠. 아내 이름이 수경이고 저나 친구들은 수경, 수경스라고 불러요. 그래서 수경스닷컴으로 하자고 했어요.”

사업 아이템은 홈 웨어와 홈 인테리어로 정했습니다. 영화배우로 활동하는 수경님이 집 꾸미는 것도 워낙 좋아해서요. 둘은 동대문 도매시장에서 예쁜 잠옷들을 몇 벌씩 사와서 온라인으로 팔았습니다. 러그(카펫)도 팔았습니다. 집에서 쓰던 러그가 값도 저렴하고 품질도 좋아 까뒤집어서 제조사 이름을 확인했습니다. 인터넷을 검색해보니 마침 집에서 30분 거리 남양주에 있는 공장이었습니다. 전화 통화 후 바로 민수 님이 달려가 계약을 따냈습니다. “저는 오지 말라해도 찾아가는 성격입니다.”

이런 식으로 서울, 경기도, 경상도 등 전국을 돌아다니며 스무 곳 남짓 되는 거래처를 뚫었습니다. 처음엔 물량이 작다고 무시당하기도 했지만 점차 매출이 자리를 잡았고 공장주들과도 형님동생하는 사이가 되어갔습니다. 집에 와서는 새벽까지 PC를 잡고 앉아서 온라인 판매 잘 하는 법을 연구했습니다. “정말 일에 미쳤었어요”라고 민수 님은 말합니다.



수경스닷컴의 잠옷. 부부가 직접 피팅모델로 나서기도 한다. 책/신문으로 얼굴을 가리는 포즈는 이제 다른 셀러들도 많이 쓴다고.

수경 님의 장점은 침착성, 그리고 감각입니다. 남편이 앞만 보고 내달리기 시작하면 아내는 중심을 잡아줍니다. 수경 님은 이불 하나, 방석 하나 사진을 찍을 때도 정성을 다합니다. 스튜디오를 셋팅 하고 컨셉을 잡죠. 상품설명 페이지도 혼을 담아 디자인했습니다. 'COMEPRIMA(꼬메프리마)'라는 침구 브랜드도 만들었습니다.



민수 님은 처음 쿠팡 마켓플레이스 판매를 시작하는 분들을 위한 팁을 전합니다.

“**무료노출 프로모션**을 이용하면 판매량과 매출을 더 올릴 수 있어요. 쿠팡의 이런 장점들을 잘 이해하고 이용하는 것을 추천합니다. 실제로 저도 무료노출 프로모션을 활용해서 매출도 많이 오르고 상품 노출이 굉장히 잘 되는 것을 경험했어요. 이후, 계속해서 사용하고 있습니다.”

쿠팡 마켓플레이스에서 잠옷, 러그, 방수패드 등이 연이어 성공하며 2022년 가을 월매출은 1억원까지 늘어났습니다.

## 로켓그로스로 사업 확장

이제 부부는 또다른 사업을 시작했습니다. 영양제입니다. 이번에는 수경 님도 함께 철저히 준비했습니다. ‘오늘의 밸런스’라는 이름의 법인을 만들고 처음부터 쿠팡 고객들을 생각하며 제품을 기획하고 브랜딩했습니다. 쿠팡에서만 파는 ‘Only 쿠팡’ 제품도 준비했습니다.

부부는 인터넷 포털의 3년치 데이터를 뽑아보면서 누가 어떤 영양제들을 찾는지 확인했습니다. 그래서 요즘 사람들이 많이 찾는 ‘락토페린’ ‘글루타치온’ 등을 판매하기로 했습니다. 바로 여러 제조사를 찾아다니며 협상했습니다. 제조단가를 확인하고 납기일과 재생산 가능 여부, 최소주문수량(MOQ) 등을 알아봤습니다. 동시에 영양제 판매에 필요한 각종 국가 자격증도 공부해서 취득했습니다.



디자인에서는 수경 님의 센스가 다시 빛났습니다. 기능이 강조되는 다른 영양제 패키지와는 달리, 오늘의 밸런스 제품들은 화사하면서도 심플한 모습입니다. 예를 들어 인기 상품인 락토페린 제품에는 락토페린(우유정제 단백질) 외에 오렌지, 레몬밤, 자몽, 망고 등의 부원료가 들어갑니다. 수경 님은 이런 과일들이 몸에 흡수되는 모습이 연상되도록 자몽색과 옥색 그라데이션을 제품 포장과 박스 포장에 녹였습니다.

판매와 배송은 쿠팡에 맡겼습니다. 쿠팡의 여러 판매 방식 중에서 이번에는 로켓그로스 프로그램을 요긴하게 활용했습니다. 로켓그로스는 판매자가 상품 입고만 하면 됩니다. 이후의 보관, 포장, 재고관리, 배송, 반품 등의 서비스는 쿠팡으로부터 일체 제공받아 고민거리가 줄어들죠.



“로켓그로스 너무 좋죠. 일단 고객에게 상품 노출이 많이 되고 배송도 빠릅니다. 주문 들어오면 5분도 안 되어서 배송이 시작되니까요. 또 저희가 원하는 대로 판매수량과 가격을 조절할 수 있어서 좋습니다. 소량만 입고해두고 고객 반응을 본 다음에 물량을 늘려가기도 좋고요.” 민수 님의 이용 소감입니다. “로켓그로스 시작 후에는 제품이 없어서 입고시키지 못할 때가 있을만큼 판매량이 증가했습니다.”

광고와 마케팅은 민수 님의 몫입니다. 쿠팡도 도왔습니다.

“처음에 쿠팡 담당자분이 전화를 주셨어요. 그 분을 놓치고 싶지 않았습니다. 하루에 한 번씩 전화 통화하며 궁금한 걸 물어보고 또 물어봤죠. 그 분이 함께 광고 세팅하는 방법과 데이터를 보면서 어떤 방향으로 나아갈지 고민해주셨어요. 더 좋은 결과값이 나올 수

있도록 방향성도 잡아주셨고요.”

혹시 영양제와 침구류 사업을 동시에 하는 게 힘들지는 않았을까요? 민수 님과 수경 님은 오히려 좋았다고 합니다.

침구 사업에서 안정적으로 수입이 나와주었기 때문에 새로 시작하는 영양제 상품들을 공격적으로 마케팅할 수 있었고, 결국 좋은 성과를 가져왔다는 게 두 분의 설명입니다. 또 쿠팡의 **마켓플레이스**와 **로켓그로스**, 두 가지 판매 방식을 적절히 조화시킨 것도 사업을 안정적으로 키우는 데 도움이 되었습니다.

최근 민수 님은 쿠팡 잠실 사무실에서 열린 **광고주 세미나**에도 초대 받아 다녀왔습니다. 더 나아진 쿠팡의 광고 모델에 대해 자세한 설명을 들어서 좋았다고 합니다. “저는 여기저기 호기심이 많고 안 되는 일도 열심히 하면 된다고 생각하는 스타일”이라는 민수 님이지만, 이제는 좀 더 효율적으로 일하는 법도 배우고 있다 합니다.

부부가 하모니를 이루며 사업을 조화롭게 키워가는 모습, 앞으로도 기대됩니다.

취재 문의 [media@coupang.com](mailto:media@coupang.com)